

Informe

Taller N° 1

Equipo de trabajo y Levantamiento inicial de potenciales clientes

Realizado para: Grupo OpenBio-UCHile

Nombre contacto: Luis Rodríguez

Email contacto: lrodriguezh91@gmail.com

Fecha del informe: Julio 2015

Versión del informe: 1.1

Folio / N° Reporte: 01 - 101

Resumen Ejecutivo

El nuevo Laboratorio de Innovación y Emprendimiento (Open Lab) de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas (FCFM) de la Universidad de Chile tiene por objetivo apoyar y fomentar la generación, el diseño, la puesta en marcha y el desarrollo de más y mejores proyectos, iniciativas y emprendimientos científico-tecnológicos que busquen impactar ámbitos claves de Chile y del mundo entero.

Actualmente, el Open Lab se encuentra piloteando una serie de actividades teórico-prácticas para apoyar a distintos actores del ecosistema de la FCFM que deseen impulsar proyectos enmarcados en la línea anteriormente descrita. Como resultado a corto plazo, se espera contar con un diseño validado para el funcionamiento del Open Lab, el cual incorporará diversas metodologías que fomenten la innovación y el emprendimiento dentro y fuera de la Universidad de Chile.

En este contexto, uno de los primeros proyectos interesados en participar de esta etapa piloto es “OpenBio-UChile”, cuyo objetivo principal es impulsar el desarrollo de la Biología Sintética en Chile, siendo uno de sus ejes de trabajo lograr participar anualmente en el concurso internacional de Biología Sintética iGEM (International Genetically Engineered Machine).

Como primera actividad organizada por el Open Lab para apoyar al grupo OpenBio-UChile, se realizó un Taller de trabajo, cuyos objetivos fueron los siguientes:

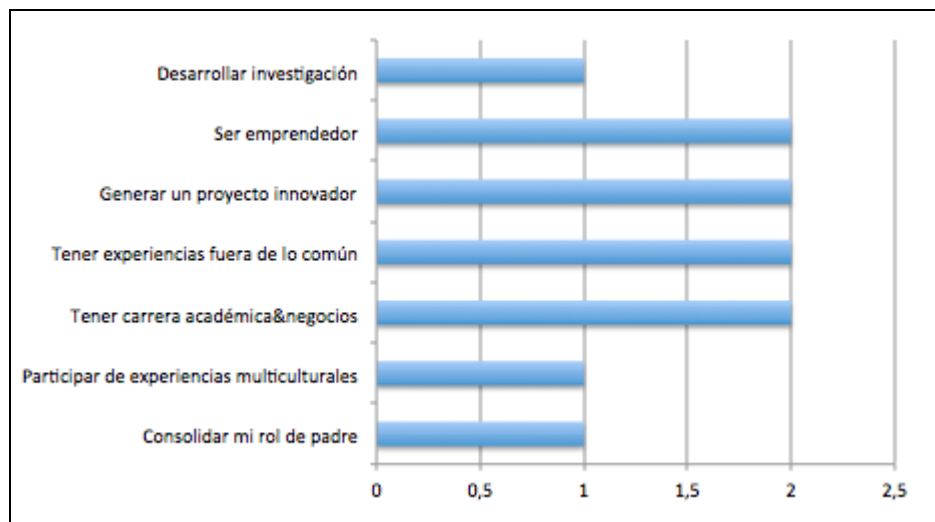
- Conocer los integrantes de OpenBio-UChile y su estructura de trabajo.
- Evaluar el nivel de comprensión que tiene el grupo OpenBio-Uchile sobre los potenciales interesados que tendría la tecnología o el conocimiento que desean desarrollar.
- Entregar un primer feedback al equipo OpenBio-UChile desde una mirada centrada en la generación de valor y los posibles clientes o usuarios del activo de conocimiento que desean generar.

A continuación, se presenta un breve informe que da cuenta de los resultados obtenidos en el Taller N°1 realizado con OpenBio-UChile. Cabe mencionar que, en cada punto, se incluyen sugerencias, preguntas y propuestas con el objetivo de enriquecer el trabajo realizado por el grupo OpenBio-UChile, tratando de buscar nuevos caminos para dar continuidad al apoyo entregado por el Open Lab al proyecto.

1. Equipo de Trabajo

A continuación, se presenta un breve análisis del grupo de trabajo OpenBio-UChile. Para realizar esto, se preguntó a cada integrante sobre tres aristas definidas como claves para el éxito de un equipo de trabajo dentro de la Escuela de Ingeniería de la Universidad de Chile¹: alineación de intereses entre los integrantes del grupo, redes de contacto y roles para trabajar en equipo.

a) Comenta brevemente cuáles son tus intereses personales y profesionales



Comentarios:

Se aprecian dos macro-intereses principales entre los miembros del grupo: “investigación/carrera académica” y “emprender/innovar”. A priori, parece existir un balance necesario para obtener buenos resultados en el proyecto propuesto, donde el componente científico-tecnológico juega un rol importante.

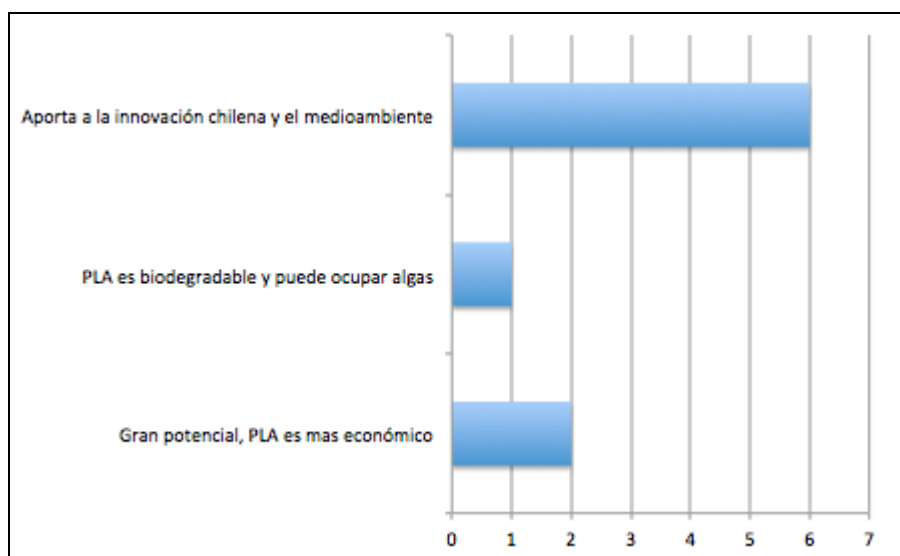
Se recomienda trabajar y clarificar dentro del grupo los intereses de cada integrante, manifestando los aspectos donde cada miembro se siente más cómodo y los desafíos específicos que está dispuesto a asumir. Además, se recomienda consensuar el alcance del proyecto (¿Nuestra meta es sólo terminar la investigación? ¿Nuestra meta es el viaje a USA? ¿Nuestra meta es colocar un nuevo producto en el mercado?), ya que los procesos de investigación pueden extenderse y eso podría generar posibles “fugas” de miembros que esperaban otro escenario. Se

¹ F. Molina; P. Loyola y J.D. Velásquez (2010). Generación de Equipos de Trabajo Mediante Análisis de Redes Sociales e Identificación de Atributos Personales. Revista de Ingeniería de Sistemas, Vol. 24, N°1, págs. 103-122.

deben trabajar las expectativas del equipo para mantener la motivación y la moral alta durante mayor tiempo.

Por último, se recomienda que el equipo busque y acuerde vías de crecimiento para los diferentes intereses de sus miembros, permitiendo que cada uno aproveche la experiencia como una oportunidad de crecimiento personal y profesional.

b) ¿Qué potencial crees tú que tiene este proyecto? ¿Por qué?

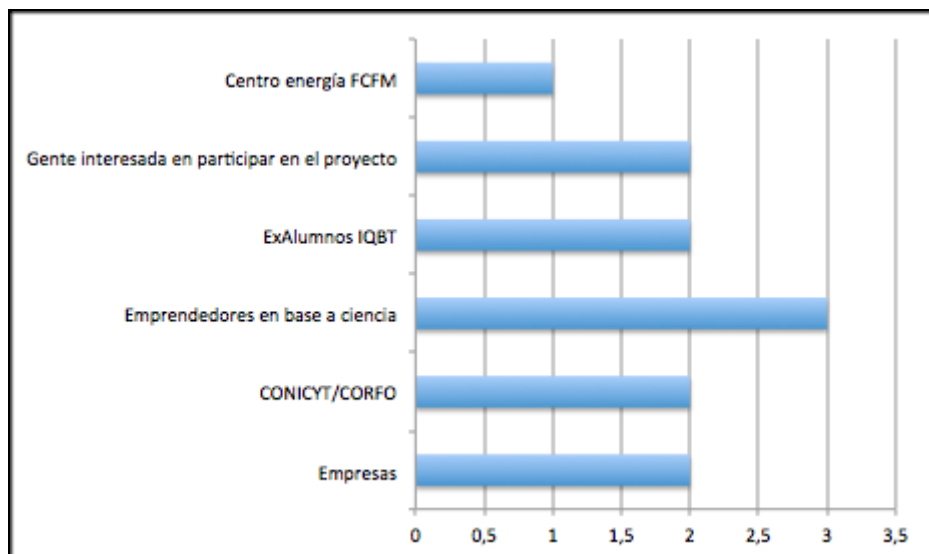


Comentarios:

Existe un claro alineamiento en la creencia de que el proyecto puede aportar al medioambiente y a la innovación en Chile. A pesar de lo anterior, este parece ser un concepto muy genérico para definir un proyecto particular. Llama la atención que sólo dos personas mencionen una propuesta de valor concreta al preguntarse por el potencial del proyecto (“PLA más económico”). El desafío es entender muy bien en qué ámbito se está aportando, la envergadura del problema, a quién se le agrega valor, cómo se le agrega valor, etc. El potencial de un proyecto puede ser medido por el nivel de valor agregado que se desea crear.

Se recomienda trabajar en el entendimiento del potencial real del proyecto y hacer la bajada a un discurso que todos los miembros del equipo puedan transmitir fácilmente. De forma interna, esto genera alineamiento de intereses, control de expectativas, motivación y sensación de dirección. Y de forma externa, permite apreciar un equipo con un objetivo potente, alineado y consistente.

c) Comentar redes de contacto que podrían ser útiles para el proyecto



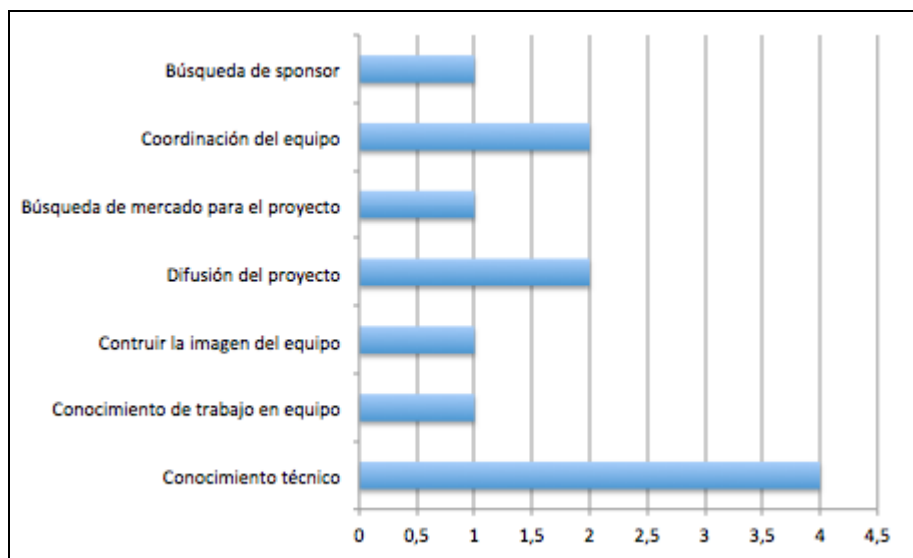
Comentarios:

A priori se vislumbran dos riesgos importantes para el proyecto: (i) no lograr congruencia entre el proyecto y las necesidades reales y particulares del país; (ii) no lograr técnicamente el resultado propuesto.

En base a lo anterior, el primer riesgo pareciera ser urgente de abordar, ya que le da pertinencia, fuerza y poder al discurso del equipo y sus objetivos. Por ende, se recomienda mapear y expandir las redes de contacto externas que pueden ayudar a validar conceptos o aportar directamente al proyecto. En particular, se aprecia como clave trabajar la red de empresas o instituciones privadas/públicas interesadas en el conocimiento que espera generar el proyecto (esto da credibilidad). Un camino posible podría ser armar una red de ex-alumnos que apoyen tanto con conocimientos técnicos, experiencia en el rubro, contactos con entidades superiores o mentoría en materia de negocios del rubro.

Cabe destacar que existen redes de contactos ya creadas que podrían ser de gran valor para el proyecto, como el Colegio de Ingenieros. Otra opción recomendada sería buscar el apoyo/auspicio de una institución o agrupación con alto impacto a nivel nacional/internacional en materia medioambiental, lo que serviría para dar credibilidad y visibilidad al proyecto.

d) ¿Cuál es tu rol dentro del grupo de trabajo? ¿Cuál es tu aporte al equipo?

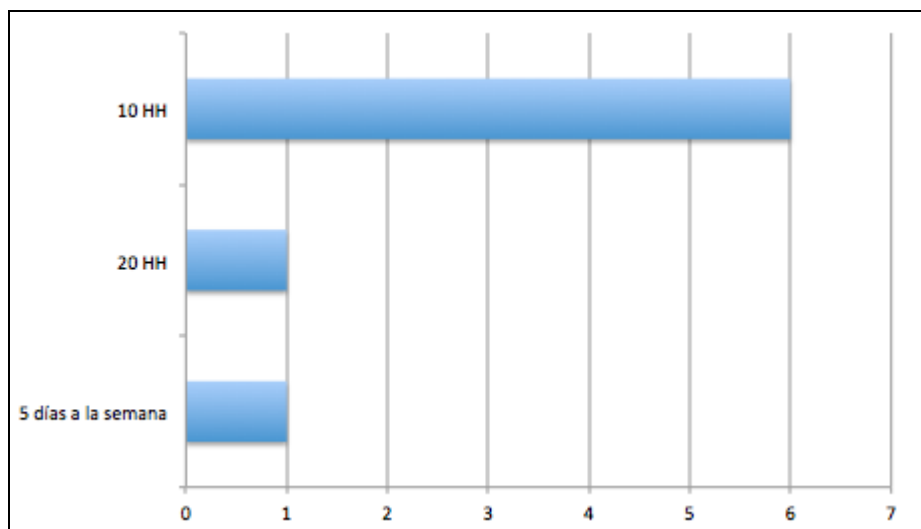


Comentarios:

A priori se vislumbra un balance entre expertiz técnica (4 personas) y otras labores. Existe un rol que parece subestimado, el que corresponde a escuchar de forma temprana lo que dicen los potenciales usuarios/clientes del conocimiento o de la tecnología a desarrollar. Es clave generar un vínculo fuerte con ellos para lograr un diseño, prototipeo y desarrollo exitoso. A priori, desde la información entregada en el taller, el foco parece estar puesto en conseguir recursos económicos y en mostrar el proyecto, más que en profundizar en las necesidades de los potenciales usuarios/clientes. Esto puede ser un riesgo si es que no se trabaja pronto.

Se destaca que haya un rol de difusión e imagen, y que haya un rol definido de coordinación del equipo. No se aprecia en los resultados del taller un rol de “investigador” definido (sin embargo, por la naturaleza del grupo de alumnos de la FCFM, tal vez podría estar implícito entre quienes poseen el conocimiento técnico). Se sugiere reforzar este ítem con el apoyo tangible (no sólo en el nombre) de investigadores connotados de la Universidad de Chile u otros centros reconocidos de investigación.

e) ¿cuánto tiempo puedes dedicarle semanalmente al proyecto?



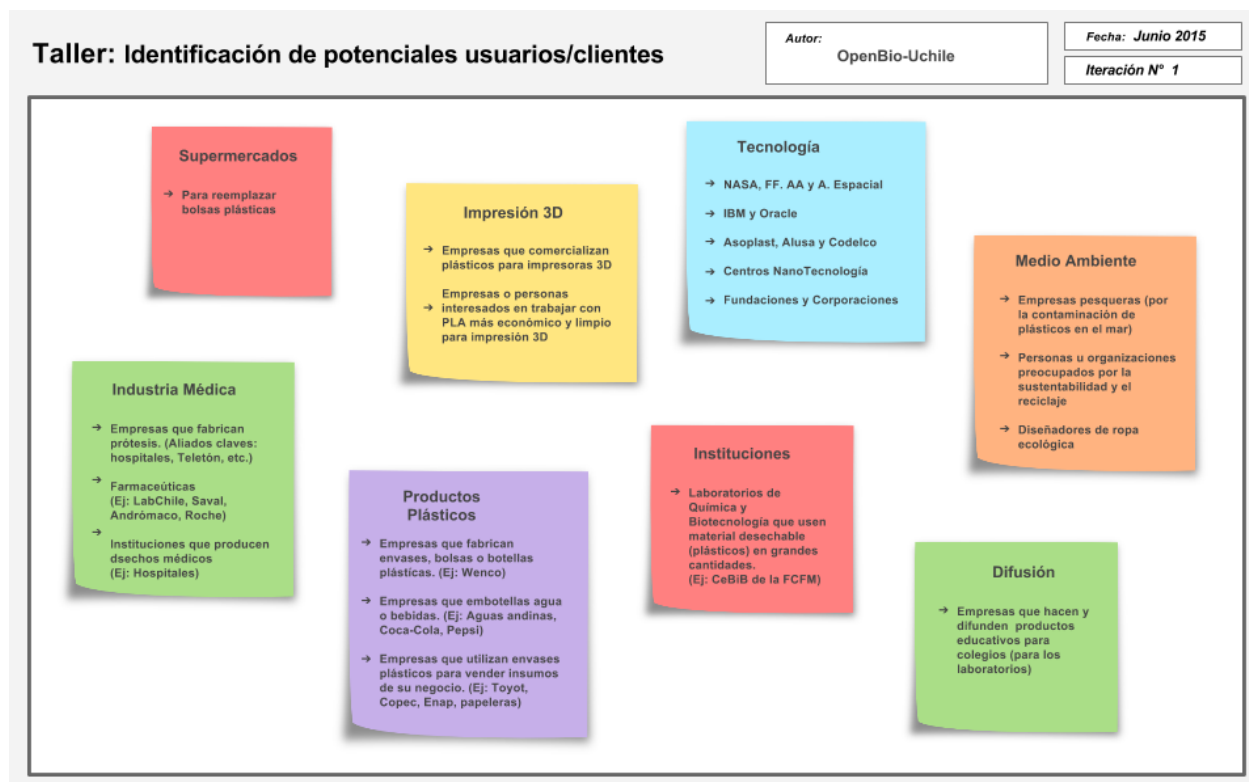
Comentarios:

Se aprecia que gran parte del equipo sólo puede dedicarle 10 horas de trabajo semanales al proyecto. Esto, claramente, implica un riesgo de no alcanzar a cumplir con los productos y los compromisos prometidos. Manejar la eficacia, el cumplimiento de metas y el alineamiento en el tiempo es clave para el éxito. Se sugiere utilizar un mecanismo para controlar compromisos, fechas y entregables. (Por ejemplo, usar software online Asana, Qubity u otros similares)

Uno de los principales riesgos observados previamente en equipos de alumnos que pertenecen a la FCFM es que, dada la alta carga académica, es muy probable que existan semanas donde disminuya significativamente el trabajo para el proyecto o, incluso, una fuga temporal de miembros en épocas de exámenes o controles. Además, cabe mencionar que un período crítico es el cambio de semestre, momento en que casi todos los integrantes asumen nuevos compromisos y desafíos académicos. Se sugiere identificar con tiempo estos espacios donde varios miembros no podrán dedicarle tiempo al proyecto, para manejar los compromisos y avances durante ese período sin que baje la motivación y adhesión al grupo.

2. Potenciales usuarios/clientes del activo de conocimiento a desarrollar

A continuación, se presenta un cuadro que resume el ejercicio de *brainstorming* realizado por los integrantes de OpenBio-UChile para identificar segmentos de potenciales usuarios/clientes del conocimiento que pretenden desarrollar.²



Comentarios:

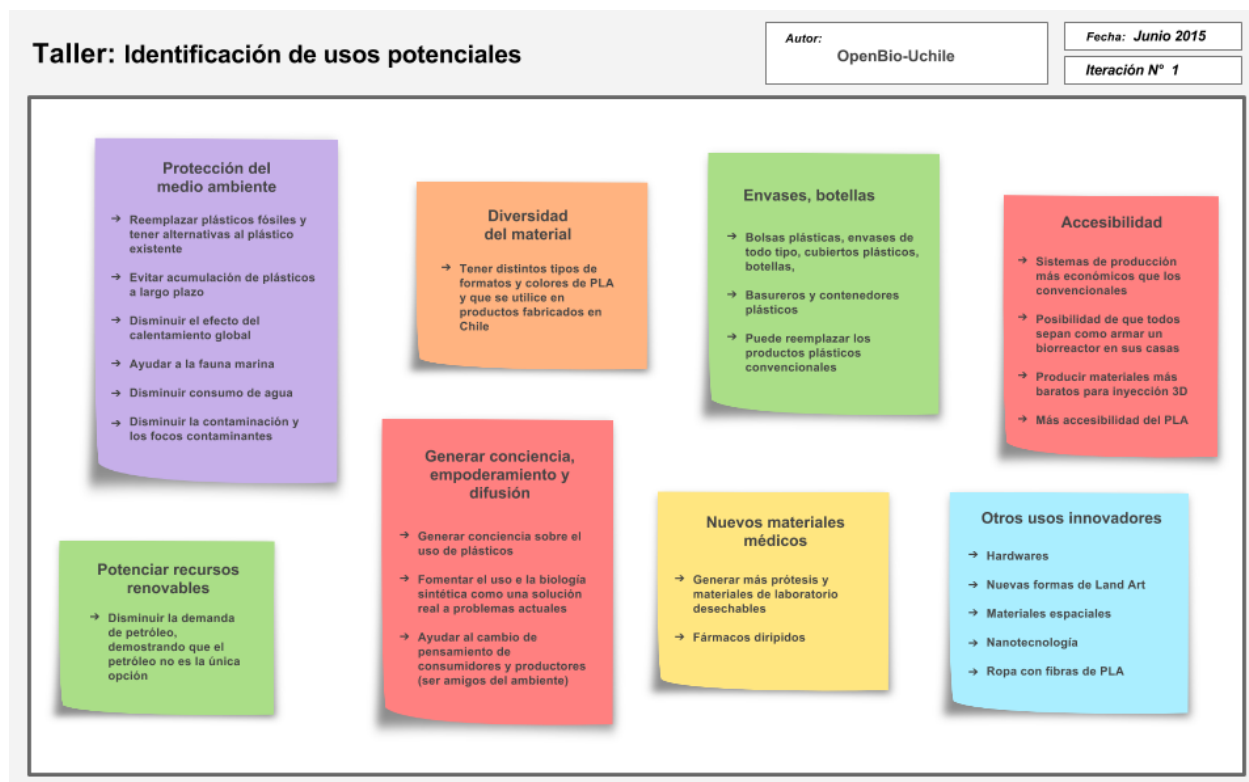
- ✓ Se aprecia una descripción muy genérica de algunos segmentos de clientes mencionados en el ejercicio. En particular, existen dos áreas que no se comprende bien su foco y justificación: “Instituciones” y “Difusión”. Es importante trabajar más estos conceptos para entender su pertinencia y la necesidad que tienen de utilizar el activo de conocimiento a desarrollar en el proyecto. (En particular, se propone profundizar en “Difusión”; ¿el mercado son los productores de insumos de marketing? Si es así, entonces el nombre del segmento podría ser, por ejemplo, “Empresas productoras de artículos de marketing e imagen corporativa”).

² La transcripción del taller puede contener algunas modificaciones menores, ya que podrían omitirse respuestas repetidas o notoriamente fuera de contexto. Esto, con el objetivo de ayudar a la sintetización de la información.

- ✓ Existen algunos nichos dentro de varios segmentos que podrían ser explicados mejor. Por ejemplo, al decir “Oracle” e “IBM” (en el segmento “Tecnología”), ¿implica que cualquier empresa que comercialice software y/o hardware es un potencial cliente? ¿Cuál es su problema y qué comprarían? Por otro lado, no necesariamente todas las empresas de “Tecnología” tienen los mismos valores, los mismos objetivos y el mismo modelo de negocio. Quizás conviene segmentar nuevamente y acotar la categoría definiendo tipos de empresas dentro del rubro “Tecnología” que compartan un mismo problema. (Por ejemplo, algunas empresas de tecnología podrían comprar insumos o fungibles más económicos para bajar costos indirectos, mientras que otras empresas podrían construir productos con materiales más económicos, lo que disminuiría sus costos directos.) Este tipo de entendimiento es clave al momento de definir modelos de negocio.
- ✓ Se recomienda separar los potenciales clientes según el nivel de profundidad de su problema o necesidad. ¿Para cuál de estos potenciales clientes es una real urgencia contar con este nuevo conocimiento? ¿Por qué?

3. Potenciales usuarios/clientes del activo de conocimiento a desarrollar

A continuación, se presenta un cuadro que resume el ejercicio de *brainstorming* realizado por los integrantes de OpenBio-UChile para identificar potenciales usos del conocimiento que pretenden desarrollar.³

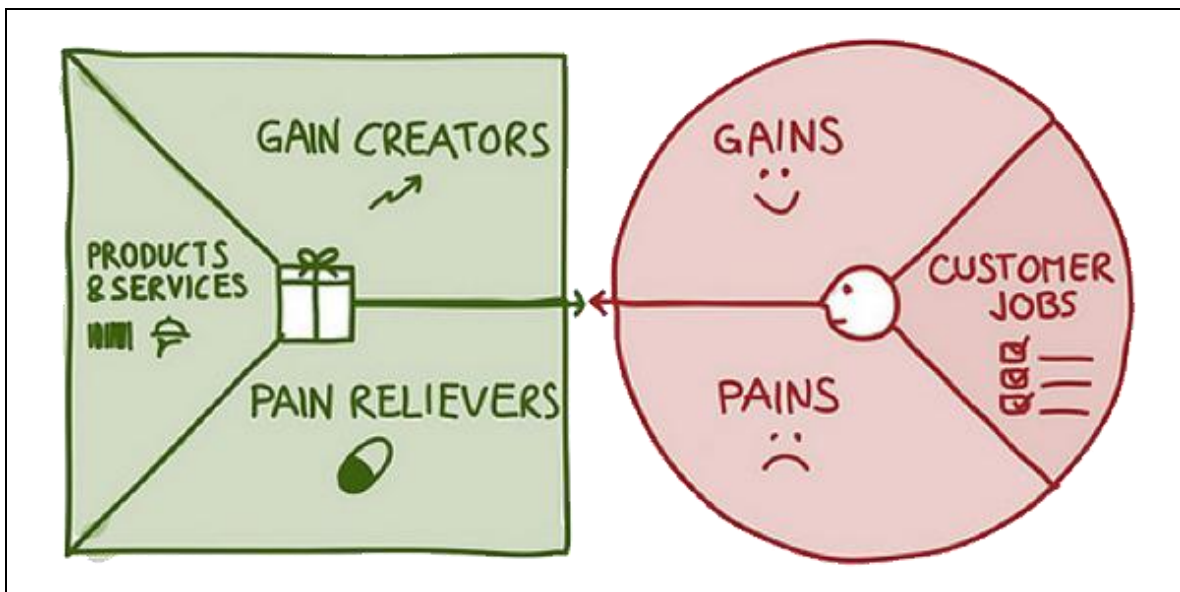


Comentarios:

- ✓ Se aprecia que algunas definiciones son muy genéricas o no están completamente enfocadas en un posible uso, sino en una consecuencia o en un deseo esperado (por ejemplo, “ayudar a la fauna marina” o “ayudar al cambio de pensamiento de consumidores y productores”). Esto hace pensar en que falta mayor profundización en varios ítemes y más reuniones con potenciales clientes, con foco en descubrir el uso real que tendría el conocimiento y, de manera aislada, conocer los impactos que este uso tendría.

³ La transcripción del taller puede contener algunas modificaciones menores, ya que podrían omitirse respuestas repetidas o notoriamente fuera de contexto. Esto, con el objetivo de ayudar a la sintetización de la información.

- ✓ Por otro lado, se recomienda comenzar la validación de estos usos, con el objetivo de comprender si realmente el conocimiento se utilizará de la forma esperada o si los clientes potenciales prefieren utilizarlo de otra manera (o incluso no usarlo).
- ✓ Cabe mencionar que existen puntos valorables pero muy acotados (por ejemplo “hardwares” o “Nanotecnología”), lo que no permite entender un posible uso, sino más bien una posible industria abordar. A pesar de lo anterior, se recomienda expandir estos puntos en futuros trabajos, ya que parecen prometedores y con potencial de valor agregado.
- ✓ Por último, se recomienda comenzar a trabajar en la profundización del impacto que tendría cada uno de estas formas de utilizar el conocimiento, con el objetivo de encontrar aquellos usos con mayor repercusión. Esto permitirá segmentar clientes y usos, para luego acotar y enfocar mejor el proyecto en etapas tempranas de alta incertidumbre.
- ✓ Se recomienda que, antes de trabajar en un modelo de negocio completo, se trabaje en la profundización de los potenciales clientes y usuarios para comprender de mejor manera cómo llegar a ellos con una propuesta de valor coherente y potente. Para esto, podría ser útil trabajar con herramientas como “VP – Canvas”, que permite orientar las preguntas necesarias para estudiar los puntos descritos. (Esto podría ser trabajado en un siguiente taller, sin embargo, requiere de preparación previa en base a entrevistas, lecturas dirigidas, estudios, etc.)



Esquema VP - Canvas